

三大巨头相继推出千元产品 啤酒行业高端化“内卷”加剧

本报讯 王鹤 冯雨瑶 临近虎年春节,啤酒行业角逐高端化再次升级提速,价格带上移成为最明显的信号。继去年华润啤酒推出高端啤酒“醴”后,近期青岛啤酒、百威啤酒也推出千元价位的高端啤酒,价格堪比飞天茅台。

随着更多高价啤酒的入市,高价是否意味着高端?在存量竞争时代,啤酒企业的高端化如何得到市场认可?

价格堪比茅台

没有最贵,只有更贵。2021年上半年,华润啤酒推出了其超高端新品“醴”,定价999元/盒(2瓶)。继“醴”之后,青岛啤酒、百威啤酒相继推出高端产品。青岛啤酒“一世传奇”艺术典藏超高端产品标价为1399元/瓶(1.5升)。百威啤酒的“百威大师传奇虎年限量版”也在春节前应运而生,标价为1588元/瓶(798毫升)。

华润啤酒CEO侯孝海曾称,“醴”在啤酒行业没有对标的产品,但“醴”与茅台同桌一点都不违和。

青岛啤酒“一世传奇”以高达23.9P°的原麦汁浓度以及≥10.5%vol的酒精度数成就了全麦酿造曾经难以企及的醇厚口感,让消费者尽情享受

啤酒独一无二的口感体验。此外,“一世传奇”完全打破了啤酒储存时间的极限,3年的新鲜赏味期让啤酒拥有了全新的收藏价值与艺术魅力。

而百威啤酒推出的百威大师传奇虎年限量版则在原料、酿造工艺以及包装设计上均与普通啤酒有很大的区别。据介绍,百威大师传奇虎年限量版啤酒额外添加黑麦和经过深度烘焙的巧克力麦芽,以巴伐利亚修道士传统酿造为基础,融合现代酿造技术而成。

高端化需要时间沉淀

华润、青啤、百威都推出高价啤酒,啤酒行业抢滩高端化再上一个台阶。不过,随着高价啤酒产品在市场上不断涌现,高价是否等于高端?

据了解,更多网友关注的点在于,相比白酒“越久越值钱”,啤酒的保质期恐让高价难有市场。有网友对此称,“啤酒都有保质期,它和白酒不一样,白酒是越放久越值钱,啤酒却正好相反。”

四川凤求凰投资管理有限公司董事肖竹青表示,“啤酒的快消属性决定其不利于收藏,也不利于做投资,这是跟白酒最大的区别。高端啤酒需要在

精准的消费意见领袖引领下,以及在互动推广、品鉴体验方面做长时间的市场培育,才能扩大市场容量。”

“某些消费群体存在一种习惯认知,一分价格一分货。因为好所以贵,贵有贵的道理。正因如此,为企业营销策略提供了方便。”中企资本联盟主席杜猛表示。

高端化是啤酒行业的竞争主线,在存量竞争市场,啤酒企业高端化如何让市场买单,提前占领消费阵地?

“实际上,高端啤酒在千元价格带的销量尽管较小,其主要是一个概念型产品,更多代表着企业的酿造工艺及品质,品牌含金量需要一个符号来证明。”肖竹青表示,千元啤酒尽管没有什么销量,但是企业愿意去做一个标杆,一个品牌的支撑点,这种千元啤酒,可以在酒厂对外交流交往当中作为礼品赠送,意义重大。

“目前,啤酒企业更多是品牌的展示,定位超高端对于消费者来说,或许其没有消费意愿,但对于啤酒企业而言,品牌宣传大于实际作用。未来啤酒市场将进入更细分的阶段,即市场会有超高端、高端、中高端、中端、中低端、低端六个不同的消费层次,消费者可根据自身需求选择对应啤酒档次。”中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬表示。

白酒“最冷”春节销售季来临? 高端酒忙涨价 中低端酒忙促销

本报讯 朱宁 春节的脚步渐进,而白酒市场似乎没“嗅”到任何春节的气息。

2021年年底,以五粮液、泸州老窖、舍得酒业等为代表的酒企相继宣布对核心大单品进行提价。

据了解,厂家的涨价效应已经显现,2021年12月之前,国窖1573的拿货价格是980元/瓶,现在拿货要1050元/瓶。在该商家酒柜中国窖1573的标价是1198元/瓶。

成都一家华致酒行的负责人表示,“腊八”都过了,按照以往的经验现在开始会有很多大单的团购,但今年起色并不大。

随后,该销售人员便推荐数个次高端品牌,关于次高端品牌销量和高端品牌销量比较情况,该销售人员说,“那肯定没法比,高端基本不愁销量,次高端就远不如茅五洋了,至于再次一点的,压根卖不动,哪怕有很多促销活动,还是卖不动。”

在白酒销售不畅时,很多经销商也似乎感受到了白酒的这波“寒意”,即使春节即将来临也没有进行过多备货。

对于渠道问题,有行业专家表示,近年来,饮料行业的清淡库存逐渐形成,今年饮料行业社会库存更是普遍偏低,未来可能会转向更极端的“零库存”。再加上电商对传统渠道的培育,一方面渠道竞争会加剧,另一方面会逐渐取代渠道。



贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—



中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

